

I Encuentro de equipos de investigación de la UNA, organizadas por la Secretaría de Investigación y Posgrado de la UNA, Área Transdepartamental de Formación Docente, Universidad Nacional de las Artes, Buenos Aires, 9 de octubre de 2015.

“Dimensiones de análisis en las mediatizaciones de la experiencia estética”

Proyecto

Título: De los medios a las mediatizaciones (II): Mediatizaciones de la experiencia estética.

Director: Gastón Cingolani

gastoncingolani@gmail.com // g.cingolani@iuna.edu.ar

Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área Transdepartamental de Crítica de Artes.

Resumen

La experiencia estética se vuelve una experiencia social (por oposición a la experimentación individual, intrasubjetiva) a condición de materializar(se en) discursos. Esa materialización conlleva en ciertos casos, procesos de mediatización: son aquellos en los cuales la escena enunciativa involucra la construcción de destinatarios colectivos, en tipos de discursos, medios y configuraciones genéricas de gran diversidad. El proyecto tiene como objetivo circunscribir formas de mediatización de la experiencia estética en términos de sus modos de circulación y operaciones de sentido, lo que supone tanto operatorias de transposición como articulaciones enunciativas (subjetivo /impersonal /individual /colectivo, etc., privado-público-íntimo, etc.). Para ello se propone el desarrollo de tres recorridos convergentes: una modelización de operaciones discursivas sobre la experiencia estética, su emergencia en lenguajes y dispositivos mediáticos, y un trabajo exploratorio sobre casos heterogéneos para contraponer y examinar hipótesis.

Título:

From media to mediatizations (II): Mediatizations of the aesthetic experience

Director: Gastón Cingolani

gastoncingolani@gmail.com // g.cingolani@iuna.edu.ar

Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área Transdepartamental de Crítica de Artes.

Abstract

The aesthetic experience becomes a social experience (as opposed to individual, intrasubjective experimentation) provided it materializes (in) discourses. This

materialization implies in certain cases, processes of mediatization: those in which the enunciative scene involves the construction of collective recipients, in types of discourses, and a great variety of media and generic configurations. The aim of the project is to circumscribe types of mediatization of the aesthetic experience regarding its ways of circulation and sense operations which implies transposition operations as well as enunciative articulations (subjective/impersonal/individual/collective, etc, private-public-intimate, etc.). To achieve the aforementioned, the development of three converging paths is proposed: a modelization of discursive operations on the aesthetic experience, its emergence in languages and media devices, and an exploratory work on heterogeneous cases in order to contrast and examine hypotheses.

-Estado actual del conocimiento sobre el tema

La mediatización como campo problemático se ha expandido y especificado de tal modo, que no sólo puede ser tratado desde perspectivas heterogéneas, sino que *debe* articularse en relación con las muy diversas instancias de la dinámica social: las dificultades para una *teoría general* de la mediatización son expuestas en Cingolani 2014, Fernández 2014. El estado de la cuestión desarrollado durante la anterior etapa de investigación, dio cuenta al mismo tiempo de ambas diversidades y de sus cruces: no es posible indagar problemas de dimensión colectiva en su especificidad sin considerar lo que tienen de articulación con sus procesos de mediatización, como tampoco es posible asumir en la generalidad una perspectiva (histórica, técnica, cultural, discursiva) sobre la mediatización sin atender a los sistemas particulares de articulación (lo político, lo artístico, lo científico, lo económico, lo religioso, lo jurídico, etc.). Dicho de otra manera, el carácter transversal de los procesos de mediatización (“meta proceso”, “sistema observador de segundo orden” Krotz 2007; Luhmann 2000) respecto a los distintos ámbitos y sistemas de funcionamiento de la sociedad, los vuelve relativamente autónomos, pero no por ello homogéneos o indiferentes a los procesos sobre los cuales recae (Cf. Hjarvard, 2008; Hannerz, 1992; Wolton, 1992; Verón, 1997; Luhmann, 1998).

Por lo pronto, y como síntesis de los avances realizados en la primera etapa, contamos con una especificación de lo que entendemos como mediatización: proceso de circulación de discurso (materialización, exteriorización de operaciones cognitivas) en alteraciones *Espaciales / Temporales / Intersubjetivas* entre Producción y Reconocimiento. (cf. Verón, 2013; Cingolani 2014). Esta opción reenfoca las perspectivas que atienden a los “medios” (o a su versión bajo denominaciones silvestres que encubren múltiples niveles sin problematización ni justificación epistemológica: “la fotografía”, “la televisión”, “Internet”) y lo restablece sobre el proceso, a la vez nos lleva a definir las condiciones de circulación de cada proceso sin desatender las especificidades tecnológicas, semióticas, regulatorias, culturales, etc. que forman parte del mismo.

Para instanciar la mediatización, en esta etapa nos proponemos la especificación de mediatización de *algo*: aunque genérico, esa especificación aquí será la de la *experiencia*

estética. Atacamos esa genericidad con una caracterización en términos de la teoría semiótica de Peirce (1998, 2012) como una experiencia del orden de la *primeridad* en tanto convoca el procesamiento de estados vinculados a formas, cualidades, sensaciones, afectos (Smith, 1972; Parret, 1994; Magada-Ward, 2003; Lefebvre, 2007; Shusterman, 2009). Esta delimitación (que no es, ni pretende ser, una *definición*) consolida su forma con tres aspectos complementarios: en primer lugar, frente el riesgo de que esto remita sólo a estados o procesamiento intrasubjetivos –vale decir: como experiencia o instancia que acontece sólo en una dimensión “interna” a cada individuo, accesible sólo de manera indirecta a través de discursos o modos de manifestarse material y socialmente; cf. Culioli, 2010–, trataremos su “exteriorización” materializada en discursos; de este modo, la sustancia y las condiciones de esa materialización, serán una parte fundamental del objeto de esta investigación: si la experiencia estética tiene algún sentido social, lo tiene en la medida en que cobra circulación materializada en discursos. En esa dirección, la mediatización de la experiencia estética será un proceso de traducción de estados subjetivos (puramente *postulables*, y del orden de la *primeridad*) en materiales con significación social.

En segundo término, a los fines de este proyecto, la experiencia estética no se reduce exclusivamente a una relación con objetos o eventos artísticos. La dimensión estética, como se viene reconsiderando en los debates contemporáneos, es un tipo de relación (acaso cognitiva) que no es caracterizable en términos del tipo de objeto al que remite (Humphrey, 1995; Schaeffer, 1996, 2006; Genette, 2000; Changeaux, 2010).

Finalmente, cuando hacemos referencia a la condición *estética*, apuntamos a una diferencia sistemática con respecto a la instancia *poética*, con la que no se confunde: mientras que a esta la situamos –como *poiesis* señala– en el orden de la producción de algo, la dimensión estética remite a una emergencia en condiciones de reconocimiento. Esto, conviene aclararlo, no excluye el hecho de que su puesta en discurso se transforma, ahora, en una poética, ni que –como reversiblemente contempla la teoría de la discursividad– toda producción es, en tanto tal, una lectura o efecto de procesos anteriores. (Verón 1988)

Aun cuando toda esta delimitación del objeto compromete un estado de la cuestión complejo, heterogéneo, difícil de resumir aquí, podemos mencionar tres líneas que circunscriben dimensiones de interés directo, y que retomaremos a lo largo de la investigación:

- Una línea filosófica, iniciada en el siglo XVIII, donde la teoría sobre la experiencia estética funda sus teorizaciones en la descripción (especulativa en aquel entonces) de los modos de organización de lo sensorial en articulación con lo valorativo. Mediante nociones como *belleza* y *juicio de gusto*, de ello derivan al menos tres corrientes: las que privilegian la dimensión sensorial (a partir de Baumgarten), las que depositan la carga en el objeto (el empirismo de Hume será un episodio menos protagónico que el hegeliano posterior), y la que da lugar a los procesos mentales (con las categorías kantianas, su tercera *Crítica* y sus múltiples lecturas posteriores). Sobre estas corrientes, privilegiamos los debates y lecturas pos-kantianos, evitando todo intento de normatización, por un lado, y por otro ante las reducciones de la experiencia estética a una teoría de la producción o recepción del arte, privilegiamos los frentes epistemológicos que integran lo estético a procesos cognitivos, comunicacionales o sociales mayores. (Del Valle, 2008; Dickie, 2003; Ferry, 1990;

Genette, 2000; Gross, 2002; Kant, 1790; Korsmeyer, 2002; Lamarque y Olsen, 2005; Tomás, 2001; Schaeffer, 2006.)

- En el límite entre la perspectiva especulativa y la nueva tradición “empirista”, retomamos las teorías sociológicas que situaron los procesos de la experiencia estética en su máxima expresión de la socialidad. (Cf.: Veblen, 1899; Simmel, [1902] 1977; Lazarsfeld y Merton, 1948; Bourdieu, 1988, 1990, 2010; Meadel, 1990; Hennion, 1993; Allard, 1994; Grignon, 1988; Gronow, 1997; Heinich, 1996, 1999; Lash y Urry, 1998; Luhmann, 2005).

- Finalmente, los más recientes recorridos antropológicos y de las neurociencias que, una vez inaugurada la investigación empírica de la experiencia estética, han franqueado algunas fronteras tradicionales: naturaleza/cultura, cuerpo/mente, razón/sensibilidad (Cf. Bateson, 2006; Bullough, 1912; Boutaud, 2005; Changeaux, 2010; Edelman, 2006; Humphrey, 1995; Malrieu, 1999; Vincent, 1988).

Entre esas líneas, la experiencia estética se desgaja como objeto general, y cobra especificidades que –bien vigilados sus rebordes epistemológicos– pueden informar y enriquecer interdisciplinariamente las investigaciones, lo que no implica perder descontroladamente aspectos, como tampoco mezclar niveles epistemológicos inconciliables. Así, y a los fines de avanzar sobre nuestro objeto (las *mediatizaciones de la experiencia estética*) proponemos reintegrar críticamente conceptualizaciones de estas perspectivas heterogéneas (*social, cultural, cognitiva, fisiológica, semiótica*).

-Encuadre teórico

Partimos del encuadre epistemológico general de la investigación que ofrece la Teoría de la Discursividad (Verón, 1988; 1996; 2013). De ella tomamos de los siguientes fundamentos:

- toda producción de sentido tiene una manifestación material;

- esta materialidad es lo que se entiende como discurso;

- un discurso es un emergente localizable espacio-temporalmente;

- su sentido está atravesado por dos sistemas de relaciones, que tienen sus respectivas instanciaciones históricas: las que remiten a sus condiciones de producción, y las que se desarrollan como conjunto de efectos o lecturas posteriores, llamadas condiciones de reconocimiento;

- entre ambos sistemas la relación no es ni unívoca ni determinable *a priori*: existe un desfase estructural que es constitutivo al proceso de circulación, es decir, a la semiosis social en general;

- la producción de sentido en relación con un discurso es, por tanto, un doble proceso: por un lado, el proceso por el cual el discurso es un emergente de sus condiciones de producción, y otro (u otros, ya que pueden ser múltiples y potencialmente infinitos) que se

activa a partir del discurso de referencia y se teje en relación con todas las instancias de su reconocimiento posteriores;

- esta doble condición a la que está sujeto cualquier discurso conforma, según la teoría, un tejido de reenvíos triádicos (en conformidad con lo que Peirce ha postulado para su teoría de los signos): ese tejido es un proceso productivo y lleva el nombre de semiosis;

- en tanto proceso (y no evento), cada una de las instancias están en producción o en reconocimiento, según se la analice en relación con su anterioridad o su posterioridad histórica productiva; vale decir: ningún discurso ocupa, *intrínsecamente*, un lugar fijo en producción o reconocimiento, sino según la relación que mantiene con otros discursos.

En este sentido, partimos de una concepción de la *experiencia estética* como materialización *en reconocimiento*, es decir, considerada en relación con un discurso que actúa como su motivador; pero es también una instancia productiva. Por lo tanto, estudiaremos la conformación discursiva de la experiencia, es decir, en la medida en que se materializa en un fragmento de la semiosis. Dicho de otro modo, a los fines de esta investigación, la experiencia estética nos interesa en cuanto discurso producido, es decir, transformado en una materialidad significante que circula socialmente.

Ahora bien, nada prejuzga sobre las modalidades de esa puesta en discurso: esta investigación se trata precisamente de explorar las operaciones en el orden de las tres escalas de la circulación, considerando sus dispositivos tecnológicos y enunciativos (espacial, temporal e intersubjetiva). En aquellos casos en que las condiciones de organización del sentido operan desplazamientos o alteraciones en las dimensiones *espacial* y/o *temporal* y/o *intersujetos* entre producción y reconocimiento, estamos ante un discurso mediatizado (Verón, 1988, 2013; Cingolani, 2014). Así, se considerará las mediatizaciones como procesos (perspectiva privilegiada a las que hacen foco en los modelos, estados o tecnologías) caracterizados por la complejidad (es decir, no resiste a simplificaciones deductivas o por generalización), y por su transversalidad a los diferentes ámbitos y modos de articulación de lo social (Hannerz, 1992; Verón, 1997; Thompson, 1998; Luhmann, 1998; Schulz, 2004; Krotz 2007; Hjarvard, 2008; Couldry, 2008; Livingstone, 2009; Hepp, 2013; Fernández, 2014; Sigal, 2014; Cingolani, 2014).

Como definición técnica, se considerará *mediatización* a todo proceso de circulación discursiva en la que haya un desfase entre producción y reconocimiento en las dimensiones espacial / temporal / intersujetos, lo que opera indefectiblemente (pero no mecánicamente) sobre su dimensión significante, como un efecto enunciativo: a) en la medida en que su materialidad trasciende el espacio de construcción del sentido, opera como gestor del *contacto*; b) la alteración en el tiempo organiza instancias de la *memoria* social, y c) en el orden intersujetos, se producen modulaciones enunciativas que van de la subjetivación y exhibición del “yo”, hasta la impersonalización y la colectivación (Cf .Traversa, [2001] (2014); Stiegler, 1990, 2002; Verón, 1997, 2013; Cingolani 2013).

Con respecto al marco teórico de lo que aquí denominamos orientativamente *experiencia estética*, será parte del desarrollo de la investigación elaborar criterios y parámetros para

arribar a una definición consistente en lo epistemológico, y pertinente en lo operativo. Por lo pronto, y en coherencia con lo adelantado en el Estado de la cuestión (ver más arriba), hemos de considerar perspectivas heterogéneas (filosofía, antropología, sociología, semiótica, neurociencias) a los fines de no desechar potenciales aportes y articulaciones. Por otro lado, siendo inevitable el sesgo epocal, se privilegiará el avance sobre teorizaciones o conceptos que no permanezcan nocivamente anclados en debates ocasionales o de moda: es el caso, por ejemplo, de las perspectivas que confunden una teoría de la experiencia estética como una teoría del arte (Cf. Schaeffer 2006).

Para hacer más clara la referencia al tipo de material discursivo con el que se trabajará, en el apartado sobre Metodología se harán las especificaciones.

Objetivos e hipótesis de la investigación

El proyecto propone una investigación exploratoria sobre la socialización mediatizada de la experiencia estética: como hipótesis se plantea que pueden identificarse operaciones de sentido sobre soportes mediáticos y condiciones diversas que operan como transposición de operaciones discursivas no mediatizadas: juicios de gusto (Cingolani, 2012). En tal caso, se produce un doble conjunto de transposiciones: de su instancia intrasubjetiva a su puesta en discurso (transposición analizable por metodologías enunciativas (Quéré, 1993; Culioli, 2010), y de su puesta en discurso a su mediatización. La hipótesis supone además, que en determinados casos, ambos procesos son materialmente uno solo, y por tanto el conjunto de marcas remiten a huellas de diferentes niveles. (Verón, 1988).

En fase con las hipótesis y el carácter exploratorio del proyecto, nos proponemos los siguientes los objetivos:

- 1- Sistematizar condiciones de circulación (entendida como diferencial entre producción y reconocimiento) de discursos que enuncian experiencia estética, organizadas según niveles de trabajo que identifiquen restricciones y posibilidades específicas o generales.
- 2- Sistematizar instancias de observación, identificación y análisis de operaciones de enunciación de la experiencia estética en soportes y procesos de circulación mediática diversos.
- 3- Analizar condiciones diferenciales de emergencia de operaciones discursivas según procesos de mediatización diversos (según medios y dispositivos implicados, instancias históricas, intertextos y desfases).
- 4- Poner a prueba parámetros de análisis de discurso que identifiquen emergentes de operaciones que identifiquen y/o caractericen operaciones discursivas de transposición de la experiencia estética como instancia subjetiva, apreciativa y/o cognitiva.

Considerando el carácter abierto y exploratorio del proyecto, y que razonablemente estos objetivos pueden no saturarse en el período de su realización, reservamos para una próxima etapa la potencial circunscripción a una zona específica o a un contraste cerrado de situaciones y materiales.

Metodología

La hipótesis de trabajo prevé tres líneas sucesivas o sólo parcialmente superpuestas:

- Línea *Experiencia Estética*, que se organizará como un *estado de la cuestión* sobre desarrollos teóricos heterodoxos (v. Estado de la cuestión y Marco teórico): filosóficos, cognitivos, sociológicos, antropológicos, semióticos, pero con el objetivo específico de circunscribir dimensiones que permitan describir o caracterizar en los discursos sociales operaciones de sentido en relación con las restricciones del orden de la circulación mediatizada.
- Línea *Mediatizaciones*, que partirá de manera más avanzada de las retomas de la investigación Etapa I (COD 34/0206) sobre alcances y problemas de la mediatización como condiciones de la circulación discursiva, y funcionará “en tenaza” con la línea Experiencia Estética, informándola sobre construcciones diferenciales de procesos y operaciones. Esta línea será de corte *teórico-conceptual*.
- Línea *Análisis de Materiales*, que tomará como dinámica, el análisis de casos, siguiendo los postulados metodológicos de la Teoría de la discursividad, es decir, se trabajará con el principio de la diferencia, por contraste entre materiales discursivos, ingresando por cualquiera de las entradas o dimensiones comparativas: invariantes mediáticos (= mismo medio o mismo dispositivo), poéticas (=mismo discurso de referencia), enunciativos (=mismo tipo de operador en superficie), etc. Dado que esto es facultativo de la instancia de análisis, en función del corpus y la selección efectuada, ciertas especificaciones del conjunto de materiales a analizar se establecerán en el curso del trabajo; no obstante, a continuación detallaremos una lista de referencias a investigar. Esta línea es de corte *empírico*, ya que involucra un trabajo de campo (sobre materialidades mediáticas), y es forzosamente posterior a las dos líneas anteriores.

Como referencia orientativa, entonces, se proponen los siguientes conjuntos de materiales (la delimitación del corpus es hipotética e ilustrativa):

- Comentarios de blogs / diarios / medios on line en forma de recomendaciones, críticas, foros, etc. acerca de temas diversos en los que se expresen juicios de gusto o apreciaciones.

-Críticas escritas /audiovisuales tanto de artes, como de medios o de cualquier tipo de objeto cultural, en prensa gráfica, radio, televisión o internet.

-Otros conjuntos de materiales: testimonios y publicidades sobre alimentación / moda / artes / medios, discursos mediáticos sobre premiaciones y otro tipo de discursos que comprendan juicios de gusto o apreciaciones.

Los conjuntos de materiales surgirán, en primera instancia, de los trabajos de tesis que los integrantes tesistas de posgrado y becarios desarrollan:

- Críticas de danza contemporánea de la escena mediática de la Ciudad de Buenos Aires emplazadas en medios gráficos, tanto impresos como en soporte web. Por el momento (este material puede ampliarse o acotarse según lo requiera la investigación) se proponen los textos publicadas durante el período que abarca los años 2010-2013 en *Página/12*, *Clarín*, *La Nación* (como representantes de medios impresos) y *Segunda Cuadernos de Danza* y *Craneápolis* (como ejemplos de medios online).

- Sistemas de recomendación: primeras aproximaciones de las recomendaciones de usuarios en *Goodreads*, *Yelp*, *Netflix*

-Las *pages* de los portales de noticias (= “diarios electrónicos”) en *Facebook* y sus comentarios: los casos *La Nación*, *Clarín*, *Perfil*

El análisis de estos materiales será discursivo, desde una perspectiva semiótica (como la planteada en Verón, 1988) y ejerciendo siempre un análisis comparativo de gramáticas de producción y/o reconocimiento. El trabajo apunta, en esta etapa, precisamente a explorar niveles y dimensiones de análisis.

Bibliografía

Sobre Mediatización:

ALEXANDER, J (1981) “The mass news media in systemic, historical and comparative perspective”, en Katz y Szcsko (eds): *Mass Media and Social Change*. Londres. Sage.

ALTHEIDE, D.L. y SNOW, R.P. (1979) *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.

CINGOLANI, Gastón (2014) “¿Qué se transforma cuando hay mediatización?”, en *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, Rovetto, F. y Reviglio, M.C. (comps.), CIM-Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Rosario, pp.11-23.

COULDRY, Nick (2008) “Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling”, *New Media & Society*, Vol.10(3):373–Los Angeles, London, New Delhi and Singapore SAGE Publications.

FERNÁNDEZ, Mariano (2014) “Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica”, *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, pp. 189-209.

FERRY, J. (comp). [1989] (1998): *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.

HANNERZ, Ulf (1992) “Growth, Flux, Coherence”, *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, N. Y., Columbia University Press.

- HEPP, Andreas (2013) "The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'", *Communicative Figurations*, Working Paper, No. 1.
- HJARVARD, S. (2008) "The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change" *Nordicom Review* 29, 2, pp. 105-134.
- KROTZ F. (2007) "The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame." *Global Media and Communication*; 3; 256. Online version: <http://gmc.sagepub.com>
- LEROI GOURHAN, A. (1988) *Evolución y Técnica*. Vol. 1. Madrid: Taurus.
- LIVINGSTONE, S. (2009) "On the mediation of everything: ICA presidential address 2008", *Journal of communication*, 59 (1). Pp. 1-18. Disponible en <http://eprints.lse.ac.uk/21420>
- LUHMANN, N. (1998) *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México D.F.: Antrophos
- LUHMANN, N. (2000) *La realidad de los medios de masas*. México D.F.: Anthropos.
- MAVRAKIS Nicolás (2012) *No alimenten al troll*, Buenos Aires, Tamarisco
- MORIN, Edgar (2004) "La comunicación, ayer y hoy", Entrevista de Dominique Wolton, Traducción de Raúl Magallón, *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 203-212.
- SCHULZ, W (2004) "Reconstructing mediatization as an analytical concept", *European Journal of communication*, 19; 87.
- SIGAL, Ignacio (2014) "La lengua, la técnica y la imagen como modos de existencia autónomos (Humboldt, Simondon, Coccia)", XVIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, organizadas por la Red Nacional de Investigadores en Comunicación y el Área Transdepartamental de Crítica de Artes - IUNA, Buenos Aires, 9 octubre.
- STIEGLER, B. (1990) « Les temps de la lecture et les nouveaux instruments de la mémoire. Disponible en <http://arsindustrialis.org/node/1935>
- STIEGLER, B. (2002) *El tiempo y la técnica*. 3 Volúmenes, Euskal Herria: Hiru Argitaletxea.
- THOMPSON, J.P. (1998) *Los media y la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- TRAVERSA, Oscar [2001] (2014), "Aproximaciones a la noción de dispositivo" en *Inflexiones del discurso*, Buenos Aires, Santiago Arcos, 19-36.
- VERÓN, Eliseo (1988) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa.
- VERON, E. (1997) "Esquema para el análisis de la mediatización", Lima, *Diálogos de la comunicación*, Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), n° 48.
- VERÓN, Eliseo (2013) *La semiosis social*, 2, Buenos Aires : Paidós.

Sobre la experiencia estética y su puesta en discurso:

- ALLARD, Laurence (1994) "Dire la réception - Culture de masse, expérience esthétique et communication", *Réseaux*, Vol. 12, Nro 68, 65-84.
- BATESON, Gregory (2006) "Salud, ética, estética y lo sagrado", cuarta parte de *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*, Barcelona, Gedisa, 315-393.
- BOURDIEU, Pierre (1988) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus. (*La distinction*, París, Minuit, 1979).
- BOURDIEU, Pierre (1990) "La metamorfosis de los gustos", en *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo, pp. 181-191.
- BOURDIEU, Pierre (2010) *El sentido social del gusto*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- BOUTAUD, Jean-Jacques (2005) *Le sens gourmand*, Jean-Paul Rocher, París.
- CHANGEAUX, Jean-Pierre (2010) *Sobre lo verdadero, lo bello y el bien. Un nuevo enfoque neuronal*, Buenos Aires, Katz.

- CINGOLANI, Gastón (2012) “De la cualificación y la valoración como operaciones”, cap. 6 de “Para una teoría de las operaciones enunciativas de los juicios de gusto”, Tesis doctoral, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, inédita, 162-240.
- CULIOLI, Antoine (2010) “Maneras de calificar”, en *Escritos*, Buenos Aires, Santiago Arcos.
- DEL VALLE, Julio (2008) “El principio de la Estética y su relación con el ser humano. Acerca de la dimensión antropológica en la Estética de Baumgarten”, *Estudios filosóficos*, Universidad de Antioquia, nro.38: 47-68.
- DICKIE, George (2003) *El siglo del gusto: La odisea filosófica del gusto en el siglo XVIII*, Madrid, A. Machado.
- DOUGLAS, Mary (1998) *Estilos de pensar*, Barcelona, Gedisa, Caps.:2, 3, 4 y 8.
- ELIAS, Norbert (1993) *El proceso de la civilización*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- EDELMAN, Gerald (2006) *Second nature. Brain science and human knowledge*, Yale Univ. Press, New Heaven & Londres.
- FERRY, Luc (1990) “La revolución del gusto”, capítulo 1 de *Homo Aestheticus. L'invention du goût a l'âge démocratique*, Grasset, Paris. (Traducción Silvina Rival).
- FRANCKEL, Jean-Jacques y LEBAUD, Daniel (1990) *Les figures du sujet. À propos des verbes de perception, sentiment et connaissance*, París, Ophrys.
- GENETTE, Gerard (2000) *La Obra del Arte. La relación estética*, Barcelona, Lumen.
- GOODMAN, Nelson (1995) *De la mente y otras materias*, Madrid, Visor.
- GOODY, Jack (1999) *Representaciones y contradicciones. La ambivalencia hacia las imágenes, el teatro, la ficción, las reliquias y la sexualidad*, Barcelona, Paidós.
- GRIGNON, Claude (1988) "Les enquêtes sur la consommation et la sociologie des goûts", *Revue économique*, Vol. 39, Num. 1, 15-32.
- GRONOW, Jukka (1997) *The Sociology of Taste*, Londres y N. York, Routledge.
- comunicación de masas II*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982.)
- GROSS, Steffen W. (2002) *The neglected programme of aesthetics*. British Journal of Aesthetics, Vol. 42, nro. 4, British Society of Aesthetics: 403-414.
- HEINICH, Nathalie (1996) "L'art contemporain exposé aux rejets: contribution a une sociologie des valeurs", *Hermès*, 20, 193-204.
- HEINICH, Nathalie (1999) “Les frontières de l'art contemporain: entre essentialisme et constructivisme” en *Les Frontières esthétiques de l'art*, París, L'Harmattan.
- HENNION, Antoine (1993) "L'industrie de l'art : leçons sur la médiation", *Réseaux*, Vol.11, Num. 60 : 9-38.
- HUMPHREY, Nicholas (1995) *Una historia de la mente. La evolución y el nacimiento de la conciencia*, Barcelona, Gedisa.
- KANT, Immanuel (1790) *Kritik der Urteilskraft*. (Varias ediciones en español).
- KORSMEYER, Carolyne (2002) “Filosofías del gusto: sentido estético y sentido no-estético”, cap. 2 de *El sentido del gusto*, Buenos Aires, Paidós.
- LAMARQUE, Peter y OLSEN, Stein H. (eds.) (2005) *Aesthetics and the Philosophy of Art – The Analytic Tradition*, Oxford, Blackwell.
- LASH, Scott y URRY, John (1998) *Economías de signos y espacios*, Buenos Aires, Amorrortu.
- LAZARSFELD, Paul y Robert MERTON (1948) “Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action”. (trad. cast. en Miquel de Moragas (ed.), *Sociología de la Comunicación*
- LEFEBVRE, Martin (2007) “Peirce’s Esthetics: A Taste for Signs in Art”, *Transactions Of The Charles S. Peirce Society*, Vol. 43, No. 2, 319-344.
- LEROI-GOURHAN, André (1957) “La vie esthétique” y “Les domaines de l’esthétique”, en *Les Cultures actuelles*, Encyclopédie Clartés.
- LEVY-STRAUSS, Claude (1988) “Una sociedad indígena y su estilo”, cap. 20 de *Tristes trópicos*, Buenos Aires, Paidós.
- LUHMANN, Niklas (2005) *El arte de la sociedad*, México, Herder.

- MAGADA-WARD, Mary (2003) "As Parts of One Esthetic Total': Inference, Imagery, and Self-Knowledge in the Later Peirce" *The Journal of Speculative Philosophy*, The Pennsylvania State University, University Park, PA., Vol. 17, No. 3, 216-223.
- MALRIEU, Jean Pierre (1999) *Evaluative Semantics: Cognition, Language, and Ideology*, Londres, Routledge.
- MEADEL Cécile (1990) "De la formation des comportements et des goûts", *Réseaux*, Vol. 8, Nro 39, 37-55.
- PARRET, Herman (1994) *De la semiótica a la estética. Enunciación, sensación, pasiones*, Buenos Aires, Edicial.
- PARRET, Herman, (1994) *Peirce and Value Theory: On Peircean Ehtics and Aesthetics*, Semiotic Crossroads, 6.
- PARRET, Herman (1995) *Las pasiones. Ensayo sobre la puesta en discurso de la subjetividad*, Buenos Aires, Edicial.
- PEIRCE, Charles Sanders (1998) *The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings*, Indiana University Press, Bloomington e Indiana.
- PEIRCE, Ch. Sanders (2012) *Obra filosófica reunida*. 2 Tomos, ed. de Nathan Houser, Christian Kloesel; México : FCE.
- QUÉRÉ, Louis (1993), "Opinion: The economy of likelihood. An introduction to a praxeological approach to public opinion", *Réseaux*, Vol. 1, Num. 1, pp. 139-162.
- SCHAEFFER, Jean-Marie (1996) "La conduite et le jugement esthétiques", in *Les cahiers - Philosophie de l'art*, n°2, Villeurbanne, Le Nouveau Musée / Institut d'art contemporain.
- SCHAEFFER, Jean-Marie (2004) "Á propos de « Les frontières de l'art contemporain: entre essentialisme et constructivisme »" en Heinich, N. y Schaeffer, J-M., *Art, creation, fiction. Entre philosophie et sociologie*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon. (trad. de Sergio Moyinedo).
- SCHAEFFER, Jean-Marie (2006) *Adiós a la estética*, Madrid, A. Machado.
- SHUSTERMAN, Richard (2009) "Somaesthetics and C. S. Peirce", *The Journal of Speculative Philosophy*, New Series, Volume 23, Number 1, pp. 8-27. URL <http://muse.jhu.edu/journals/jsp/summary/v023/23.1.shusterman.html> . Accesed: 10/11/2014
- SMITH C. M. (1972) "The Aesthetics of Charles S. Peirce", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 31, No. 1 Autumn, pp. 21-29, Wiley on behalf of The American Society for Aesthetics URL: <http://www.jstor.org/stable/429607> .Accessed: 23/10/2014
- TATARKIEWICZ, Wladyslaw (2004) *Historia de seis ideas: arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*, Madrid, Tecnos.
- TOMÁS, Facundo (2001) *Formas artísticas y sociedad de masas. Elementos para una genealogía del gusto: el entresiglos XIX-XX*, Madrid, A. Machado.
- VINCENT, Jean-Didier (1988) *Biología de las Pasiones*, Barcelona, Anagrama.